TRIBUNE

HEBDOMADAIRE DU PARTI SOCIALISTE UNIFIE

PRIX : 70 centimes

N° 293. — 2 juillet 1966

LE CONSOMMATEUR DANS LA SOCIETE MODERNE

(Photo A.D.P.)

Stage d'été
du 18 au 23 juillet 1966
LES LUTTES DE CLASSES EN FRANCE EN 1966

Bulletin d'inscription à retourner au PSU, Service Formation et Etudes 81, rue Mademoiselle - PARIS XVe

Nom ..... Prénom .....

Profession ..... Age .....

Adresse .....

Section .....

Fédération .....

Responsabilité dans le Parti .....

Non membre du Parti .....

Appartenance syndicale .....

Les activités du parti

● Biarritz : élection cantonale

Le 3 juillet aura lieu une élection cantonale pour remplacer le conseiller général, Dr Matton, indépendant, décédé accidentellement.

A ce jour, six candidatures se sont manifestées ; tout d'abord, M. Guy Petit, sénateur-maire de Biarritz, ancien ministre centre démocrate ; M. Lazari, ancien conseiller municipal, chirurgien-dentiste, représentant de l'U.N.R. ; M. Abeberry, avocat, tendance Tixier-Vignancour ; le Dr Dumora représentant l'opposition au conseil municipal à M. Petit, indépendant, apolitique. Ces quatre candidats représentant la droite dans toutes ses nuances, de la conservatrice à la plus réactionnaire. Restent deux candidats de gauche : M. Bergagnoux, artisan plombier, pour le Parti Communiste, et notre camarade Mme L. Desormonts, institutrice, pour le Parti Socialiste Unifié.

Nous regrettons une fois de plus la position du Parti Communiste qui a refusé toute rencontre et tout accord de programme en vue de présenter un seul candidat de gauche face à la droite divisée ; malgré tous nos efforts, la seule concession faite à l'unité sera une rencontre après le premier tour pour fixer une position commune du Parti Communiste et du P.S.U. pour le second tour.

Notre parti attend le verdict des électeurs de Biarritz et fait confiance aux travailleurs de cette ville pour se prononcer sur le programme démocratique de gestion cantonale que notre candidate préconise.

● Amboise : élection municipale

Une élection municipale complémentaire s'est déroulée à Amboise, dimanche 26 juin 1966, pour le remplacement d'un conseiller décédé, en raison de la démission du maire, M. Mercier, conseiller économique.

Le candidat soutenu par M. Debré, conseiller municipal lui-même à Amboise et conseiller général du canton, et par le conseil municipal tout entier, a été battu dès le premier tour. Les résultats sont les suivants :

Inscrits : 5.353. Votants : 2.978. Suffrages exprimés : 2.941.

M. Chollet, soutenu par le P.S.U. et les organisations de gauche : 1.518 voix, élu.

M. Marnay, candidat présenté par M. Debré, 1.076 voix.

M. Marchandeau, candidat communiste, 347 voix.

Aux élections municipales du 14 mars 1965, les résultats étaient les suivants :

Inscrits : 5.361. Votants : 4.194. Suffrages exprimés : 4.106.

Liste Debré : moyenne 2.561 voix, élue en entier au premier tour.

Liste P.S.U. et gauche non communiste : moyenne 907 voix.

Liste communiste : moyenne 516.

L'élection du nouveau maire (M. Debré, probablement) aura lieu prochainement.

Ce petit sondage d'opinion a fait l'effet d'une douche glacée dans les milieux gaullistes d'Amboise. On dit maintenant que Debré va renoncer à se présenter dans le secteur Loches-Amboise comme il en était plus ou moins question.

La section du P.S.U. a fait le maximum d'efforts pour réaliser l'union de la gauche dès le premier tour, mais la section du P.C. a voulu compter les voix de son secrétaire. Elle est servie : Marchandeau a, personnellement, perdu plus de 200 voix.

Dimanche soir, les attaques du P.C. allaient à la section du P.S.U. : notre désistement (celui de Blondeau) en faveur du candidat républicain le mieux placé pour battre le candidat officiel des gaullistes est interprété par eux comme une déclaration anticommuniste !

● Commission de la collecte Vietnam

1. — Pour les dons, le C.C.P. est au nom de *Paul Court*, C.C.P. 20-17-42 Paris.

2. — La Commission s'excuse de ne pouvoir accuser réception à tous ceux qui envoient des colis de médicaments, faute de moyens devant le grand nombre qui arrive, mais elle les remercie vivement.

3. — La Commission rappelle que les médicaments à adresser au P.S.U., 81, rue Mademoiselle, Paris-XVe, sont des *antibiotiques*, des *antipaludéens*, des *anesthésiques injectables*, *à l'exclusion de tout autre médicament.*

● Communiqué

A l'occasion du trentième anniversaire de la Révolution espagnole, le Comité international de soutien aux antisfascites ibériques organise le samedi 16 juillet, à 20 h. 30, une réunion au Palais de l'Homme avec projection du film de Frédéric Rossif, *Mourir à Madrid*. Un débat sera ouvert.

● M.C.A.A. : 1.500 personnes à la Mutualité

Plus de quinze cents personnes ont assisté au meeting organisé par le Mouvement contre l'armement atomique (M.C.A.A.) (1) le 23 juin à la Mutualité, à Paris, contre les prochaines expériences atomiques françaises en Polynésie.

Claude Bourdet, président du M.C.A.A., a d'abord exposé les dangers des retombées radioactives pour la population de Polynésie

M. Jean Rostand s'est ensuite livré à un véritable réquisitoire contre la force de frappe française et la politique de grandeur militaire du gaullisme.

Après que Morvan Lebesque, André Souquière, Pierre Cadel et André Tollet eurent ensuite pris la parole, c'est François Mitterrand qui apporta la conclusion en démontrant l'absurdité de la force de frappe sur le plan de la stratégie militaire et le gouffre financier qu'elle provoque pour notre économie.

(1) M.C.A.A., 91, rue du Faubourg-Saint-Denis, Paris-X^e.

● Vietnam : appel aux universitaires d'Europe occidentale

L'extrême gravité de la situation au Vietnam émeut de nombreux universitaires. Tout un peuple est frappé là-bas ; ses souffrances et sa lutte nous concernent. Nous nous sentons responsables du tout ce qui qui peut être fait en faveur de la paix. Nous nous sentons solidaires du mouvement très actif qui, aux Etats-Unis, a conduit beaucoup de professeurs et d'étudiants à se dresser contre la guerre que mène leur gouvernement.

Les nombreuses actions contre la guerre au Vietnam qui se sont déroulées depuis un an en Grande-Bretagne, en Italie, aux Pays-Bas, en Allemagne, en France, en Suisse, nous autorisent à penser qu'il est possible de mieux coordonner tout ce qui peut être fait en Europe occidentale. Le moment est venu de donner plus de force et de cohésion au mouvement contre la guerre du Vietnam et de préparer une action de grande envergure en faveur de la paix, sur la base des accords de Genève et de leurs dispositions fondamentales : principe du départ du Vietnam des troupes et du matériel de guerre étrangers, principe du non-engament du Vietnam à l'égard des blocs militaires, principe du respect de l'unité vietnamienne à long terme.

Un puissant mouvement nous permettrait de manifester notre solidarité pratique avec le peuple vietnamien. Il nous permettrait en même temps de resserrer nos liens avec l'opposition universitaire aux Etats-Unis.

Nous proposons, pour aider ce mouvement à trouver son expression organique en Europe occidentale, pour lui permettre de coordonner nos initiatives jusqu'à ce jour dispersées, la constitution d'un secrétariat international provisoire.

Nous demandons à tous les collègues d'Europe occidentale de conjuguer leurs efforts pour exprimer plus vigoureusement leur hostilité à la guerre.

SIGNATAIRES :

France : R. Escapit (Bordeaux), J.-C. Pecker (Collège de France), J.-P. Kahane (Orsay), H. Bartoli, P. Chauchard, J. Dresch, R. Dumont, Etiemble, V. Jankelevitch, Ch.-A. Julien, A. Kastler, E. Labrousse, P. Marthelot, J.-J. Mayoux, M. Rebérioux, R. Ruhlman, L. Schwartz (Paris).

DISTINCTION

Notre camarade Maria Daraki est lauréate de l'Académie française pour «l'Enfant grecque». Nos vives félicitations.

Expédition Paris-Hanoï

Trois de nos camarades en cherchent un quatrième pour accomplir le voyage Paris-Hanoï pendant près d'une année.

Leur désir est de faire un reportage sur la situation de la femme en Asie et de réaliser deux films sur la faim et sur la lutte du peuple nord-vietnamien.

Ils partiront en voiture début septembre 1966. Leurs besoins sont multiples : aide financière, technique, caméra, films.

Aidez-les. Ecrivez à Gérard Calisti, 2, villa Boisière, Paris-XVIe.

L'ouvrage de base de toute bibliothèque

la seule édition intégrale et conforme du célèbre DICTIONNAIRE DE LA LANGUE FRANÇAISE

(Edition Gallimard Hachette)

"Une extraordinaire réussite, ce Littré".
JEAN PAULHAN
de l'Académie Française

"C'est le plus beau cadeau que l'on puisse faire à un homme instruit et désireux de s'instruire".
MAURICE GARÇON
de l'Académie Française

"Un cadeau royal et précieux".
FRANÇOIS MAURIAC
de l'Académie Française

"Bravo pour le Littré ! Le format, la différence de caractères, la marge spacieuse où déborde le mot cherché, la reliure, tout témoigne d'une connaissance parfaite de ce que l'on peut souhaiter d'un dictionnaire".
MARCEL JOUHANDEAU

" Ce monument national " comme disait Pasteur, ce *"trésor de notre langue"* (Le Figaro), cette *"bible de l'homme cultivé"* (Arts) est l'ouvrage de base de toute bibliothèque. Qui veut écrire ou parler correctement le français doit se référer à cette autorité indiscutée.

La nouvelle édition, la seule, *la vraie !* - reproduisant scrupuleusement le texte de l'ancienne devenue introuvable, lui est supérieure par la clarté et la maniabilité. Elle a été adoptée par toutes les grandes bibliothèques, l'Académie, le Ministère de l'Education Nationale, etc... Elle comprend 7 volumes de 2.000 pages, format 13x26 sur velin ivoire, reliés pleine toile.

Profitez des conditions exceptionnelles faites à nos lecteurs :

10 mensualités de 45 fr. ou 406 fr. (en un seul versement au comptant ou en 3 mensualités de 135 fr. 35 *sans augmentation de prix).* Vous n'avez rien à payer d'avance. Il vous suffit de remplir le bon de commande ci-dessous et de l'adresser à la Librairie PILOTE, 22, rue de Grenelle, pour recevoir immédiatement les volumes sans frais de port et d'emballage. Mais hâtez-vous car les conditions de la présente offre ne peuvent être garanties que pour une quinzaine.

BON à adresser à la Librairie PILOTE, 22, rue de Grenelle - Paris (VIIe).
(Valable seulement pour la France Métropolitaine).

Veuillez m'adresser le Littré, édition intégrale en 7 tomes. Je règlerai
(cocher la case figurant devant la formule choisie)

☐ *comptant à réception des volumes : 406 Fr.* ☐ *en 3 versements mensuels de : 135 Fr. 35* ☐ *en 10 versements mensuels de : 45 Fr.*

Je garde le droit de vous retourner les volumes dans les 3 jours dans leur emballage d'origine et serai en ce cas libre de tout engagement.

Nom ..... *Profession* .....

Adresse .....

N° C.C.P. ou bancaire ..... *Signature*

T.S. 6-4

COURRIER DE LA REPUBLIQUE

Direction :
Pierre MENDES FRANCE

Les éléments de la gauche française ne se rapprocheront effectivement en vue d'une collaboration durable et la vie démocratique de notre pays ne se ranimera que sur la base de réflexions approfondies sur les problèmes posés et les solutions destinées à y faire face :

Quelques numéros porus :
— Politique des revenus et conjoncture économique, mai 1965.
— Les investissements américains en France, juin 1965.
— Crise dans l'enseignement, juillet 1965.
— Une réforme monétaire internationale, sept.-octobre 1965.
— La Ve République et la haute administration ou le règne des «Jeunes Messieurs», novembre 1965.
— Perspectives européennes, janvier 1966.
— La gauche face à ses responsabilités, discours de Pierre Mendès France à la rencontre socialiste de Grenoble (30 avril 1966).

Abon. : 20 F (12 n^os). C.C.P. 13-693-03 25, rue du Louvre, Paris (1er).

TRIBUNE Socialiste

HEBDOMADAIRE DU PARTI SOCIALISTE UNIFIE

Directeur politique : HARRIS PUISAIS

Directeurs adjoints : GERARD CONSTANT, CHRISTIAN GUERCHE

Rédacteur en chef : ERIC BERGAIRE

● Administration : 54, bd Garibaldi Paris (XVe) Tél. : SUF. 19-20

● Rédaction : 31, r. Mademoiselle Paris (XVe) Tél. : FON. 22-60

Pub. Littéraire : 71, rue des Saints-Pères, Paris

Abonnement : C.C.P. Paris 5826-65
6 mois ..... 18 F
1 an ..... 35 F
Soutien : à partir de .. 70 F
Changement d'adresse : 0,50 F

Directeur de la publication : Roger CERAT.

LES IMPRIMERIES LAMARTINE S.A. 59-61, rue La Fayette Paris (9e)

UNE SEULE REPONSE AU GAULLISME

Ce dernier week-end politique ne nous a rien apporté de bien nouveau. La période des vacances n'engage pas à prendre de grandes initiatives ; il semble que de tous côtés on se prépare à la pause — officiellement du moins — car, en coulisses, on continuera à préparer les dossiers électoraux... ce qui ne semble guère facile.

L'U.N.R. avait donc réuni son Conseil national pour prouver sans doute sa capacité de liberté, ou bien pour passer le temps en l'absence de son homme providentiel parti commencer sa campagne électorale en Sibérie. Un Conseil national où l'état-major ministériel et les délégués se redonnèrent mutuellement courage en pensant bien trouver d'ici à mars 1967 le moyen d'avoir le maximum d'élus avec le minimum de voix.

C'est Pompidou, chef de la majorité, qui donne le ton et les directives.

Retenons deux de ses affirmations :

1° « En aucun cas, les élections législatives ne peuvent remettre en cause l'élection présidentielle. »

Ce qui, en clair, signifie : si la majorité ne demeure pas ce qu'elle est, inconditionnelle aux ordres et sans contrôle, le Président de la République refusera le verdict des électeurs, procédera à la dissolution de la nouvelle Assemblée élue... et après ? On ne sait plus très bien, à ce stade prévisionnel, où en seront les libertés démocratiques !

Voilà donc le chantage qui recommence.

D'un côté : de Gaulle, l'ordre, la stabilité, mais il faut une Assemblée aux ordres du pouvoir.

De l'autre : les partis, les crises, l'aventure, le remplacement par « Dieu sait qui ? ».

Voilà donc le cheval de bataille qu'enfourche l'U.N.R.

Il est grand temps pour la gauche de se reprendre et de répondre clairement et autrement qu'elle ne l'a fait jusqu'à ce jour, à ce chantage renouvelé.

Mais elle ne peut le faire que si, le plus vite possible, est préparé le programme de gouvernement de la gauche engageant solennellement tout candidat qui s'y référera.

La dynamique électorale qui se créera dans les semaines précédant l'élection devra nécessairement partir de cette certitude : tous les candidats de gauche

par Harris PUISAIS

sont d'accord sur la politique qu'ils feront une fois le gaullisme renversé.

Sinon, Pompidou n'aurait peut-être pas tort.

2° « La V' République n'investira qu'un seul candidat. »

Nous voici donc revenus à la candidature officielle, celle que MM. les Préfets auront l'ordre et le devoir de faire triompher, celle qui bénéficiera des fonds secrets gouvernementaux et des heures de propagande de l'O.R.T.F., celle qui pourra couvrir les murs d'affiches à l'effigie gaullienne et tirer son journal à la dernière minute et à des millions d'exemplaires.

Nous voici donc revenus à la candidature d'Empire.

Là encore, la seule parade, c'est évidemment d'opposer la candidature unique de la gauche. Mais là encore, il faut le redire. Un accord qui ne se baserait que sur la réciprocité des désistements dans le cadre d'un accord national serait insuffisant. Il serait tactique et nécessaire, mais il ne fournirait qu'une arme incomplète pour battre le gaullisme.

Cet accord doit être connu avant le premier tour et son contenu politique bien précisé.

Nous retrouvons là encore notre exigence du programme qui, nous le croyons, finira bien par être comprise de tous nos partenaires de la gauche.

⁂

M. Lecanuet, quant à lui, ne sait plus très bien où il en est.

Pendant qu'il tient des conférences de presse pour définir son centre démocrate, ses électeurs virtuels, eux, ne sont pas tout à fait sur la même longueur d'onde.

A Rouen, son candidat — hélas ! étrangement soutenu par le candidat de la Fédération qui avait refusé de se désister pour le candidat communiste — a été battu par l'U.N.R.

A Laon, l'U.N.R. s'est souvenue que Lecanuet ne condamnait pas le gaullisme d'une manière « sommaire et globale ». Elle a voté pour son candidat, lui apportant au second tour les 300 voix qui assurèrent son élection.

Ainsi donc, M. Lecanuet est prévenu.

Si l'U.N.R. est en tête, ses électeurs centristes votent pour elle.

Et si le centre veut avoir des élus, il lui faut le désistement des gaullistes.

Tant il est vrai que la droite est la droite et que son réflexe la porte toujours à faire bloc sur le candidat conservateur le mieux placé.

Laissons-lui donc ses habitudes et ne venons pas apporter de l'eau à son moulin et des voix à ses candidats, sous prétexte que Gaston Defferre ne peut penser en politique que par et pour Marseille !

Pensons plutôt à continuer notre combat pour assurer l'unité de la gauche à condition qu'elle ne soit pas seulement momentanée et pour cause électorale.

Pensons surtout à contre-attaquer l'U.N.R. sur la base des propos de M. Pompidou à Poitiers.

A nos lecteurs

Comme chaque année, « Tribune Socialiste » ne paraîtra pas pendant la période des vacances.

Son prochain numéro sortira en septembre.

Mais nous mettrons à profit cette période pour étudier la publication de « T.S. » sous une nouvelle formule pour l'année 1967.

Il s'agira non seulement d'un changement de fond et d'un nouveau procédé d'impression (offset), mais également d'une présentation différente des rubriques politiques, économiques, sociales, culturelles...

Cette modification nous est apparue nécessaire à la suite des suggestions nombreuses dont nous ont fait part nos abonnés et lecteurs.

« T.S. » trouvera sa place entre une revue doctrinale et un magazine d'actualités.

« T.S. » sera le lien entre les militants du P.S.U. mais également le meilleur moyen de diffusion de nos idées, de leur explication, de leur vulgarisation.

Cette nouvelle formule ne pourra obtenir un réel succès que si tous les lecteurs de « T.S. » se font les premiers diffuseurs de leur journal.

Nous espérons leur donner à la rentrée une publication agréable répondant à leurs préoccupations.

Le Comité de Rédaction.

Le tribunal qui veut tuer la C.F.D.T.

La C.F.D.T. va-t-elle disparaître pour redevenir la C.F.T.C. ? C'est ce que voudrait la Cour d'appel de Paris qui, arguant d'une disposition des statuts de l'ancienne C.F.T.C., vient de déclarer que la transformation de cette dernière aurait dû être décidée à l'unanimité de ses membres. Or le Congrès extraordinaire de novembre 1964 avait vu se dessiner une majorité de 70 p. 100 des mandats — ce qui est déjà coquet — pour la suppression de la référence à la morale chrétienne dans les statuts et pour la modification du sigle de la centrale.

Il est vrai que Joseph Sauty et ses amis de la « C.F.T.C. maintenue » avaient contesté devant les tribunaux la validité de cette décision. Querelle fratricide pour un titre, pour des fonds et des locaux comme dans toutes les scissions. Cependant, le Tribunal civil de la Seine avait débouté de sa plainte, en juillet 1965, la « C.F.T.C. maintenue ». Selon lui, les décisions du congrès extraordinaire étaient parfaitement valables.

Mais voilà que la Cour d'appel de Paris rend un jugement contraire qui remet tout en cause. Il reste à la C.F.D.T. à se pourvoir en cassation et à faire face à la situation ainsi créée.

Il lui reste aussi à contre-attaquer sur le fond en soulignant devant l'opinion publique le caractère paradoxal de la sentence rendue par la Cour d'appel de Paris. C'est ce qu'a fait le récent Conseil fédéral en estimant que « la thèse de l'unanimité, inappliquée depuis le Second Empire, comporte, comme aboutissement logique, l'impossibilité de toute démocratie et de toute évolution ».

Sans doute la facilité avec laquelle le gouvernement a reconnnu la représentativité de la C.F.C.T.-Sauty n'est-elle pas étrangère à la décision du Tribunal. Aussi bien ceux qui reprochent à la C.F.D.T. l'accord avec la C.G.T. et la place qu'elle prend dans les luttes revendicatives ne manqueront-ils pas de se réjouir de cet avatar juridique.

A l'heure où nous écrivons, il est difficile d'en prévoir les conséquences. La C.F.D.T. redeviendra-t-elle pour un temps la C.F.T.C., sans modifier son orientation ? Et que feront les scissionnistes qui ne peuvent ni renoncer au sigle traditionnel ni renouer avec leurs frères séparés ?

M. C.

LA LIBERTE DE CONSOMMATION EXISTE

• Qui consomme ? Tout le monde

Alors que les habitants d'un pays ne sont pas tous des travailleurs, ils dépendent tous pour leur existence, et à quelque niveau que ce soit, de la satisfaction de certains besoins.

• Que consomme-t-on ?

L'ensemble des biens de consommation se répartit en deux masses :

— *les produits alimentaires :* manger pour vivre, souci primordial des sociétés pauvres. (En Inde, les habitants consacrent 80 p. 100 de leurs ressources à la nourriture.)

— *les autres produits* (biens et services non alimentaires) qui représentaient en 1962 en moyenne 60,5 p. 100 des dépenses des Français (80 p. 100 pour les habitants des U.S.A.). Ces chiffres pourraient nous faire croire que la faim n'existe plus en France : pratiquement, même si le problème n'est plus, et de loin, aussi important que jadis, il subsiste néanmoins pour une fraction de la population : les vieux que l'on peut voir (il suffit d'y faire attention) dans les marchés ramasser à terre les légumes tombés des étals des commerçants. D'autres inégalités subsistent dans la consommation parce que la loi de l'offre et de la demande ne s'exprime, en société capitaliste, qu'en termes d'argent. L'offre ne répond qu'à la *demande* solvable.

En économie de rareté les rapports production-consommation s'adaptent par la force des choses. En économie d'abondance, la marge de liberté de la production est plus grande et la consommation doit s'adapter à la production.

• Qui achète ?

Ceux qui disposent des ressources et il se trouve que c'est en grande partie des femmes qui gèrent 60 p. 100 du revenu national et 80 p. 100 des ressources des ménages français :

- d'abord des femmes célibataires, qui sont acheteuses souvent même pour une ou deux personnes : parents âgés, frère ou sœur qui vivent, avec elles. Elles sont près de 1.300.000 à partir de 25 ans.
- ensuite les épouses et mères de fa-

L'OFFRE

Jadis, entre le producteur et le consommateur la distance était courte. Un dialogue était possible entre eux ; puis est venu s'interposer le vendeur qui rendait aux consommateurs le grand service de mettre à leur disposition les produits. Au fur et à mesure que la production s'est diversifiée et concentrée, *la distance entre le consommateur et le producteur* s'est accrue, une série de vendeurs : gros, demi-gros, détaillants, s'est interposée. A tel point que le détaillant lui-même, encore proche du consommateur, s'est trouvé éloigné du producteur.

La demande a alors cessé de s'exprimer.

De plus, nous sommes au stade de *la production de masse :* « Ceux qui ont vu dans les usines, à la sortie des chaines d'empaquetage ou d'embouteillage, les produits s'avancer en procession à des cadences qui atteignent ou dépassent 30.000 à l'heure, imaginent bien qu'il va falloir aussi, de l'autre côté, susciter des processions d'acheteurs qui à la même cadence viendront se saisir de ces bouteilles ou de ces paquets » (1).

La répartition du marché est anarchique

Les producteurs, isolés des consommateurs, sont aussi isolés entre eux. L'objectif est : s'emparer d'un morceau du marché quitte à l'enlever à un autre producteur. Il en résulte une répartition du marché parfaitement anarchique. *Quand les alliances interviennent entre les fabricants, c'est pour une même catégorie mais non entre divers produits répondant à des besoins différents.*

Pour une même catégorie de produits, la diversité des marques ne doit pas nous leurrer. Elles ne correspondent plus à grand-chose. La concentration dse entreprises a transformé le marché plus que les consommateurs ne l'imaginent. « En France même il y avait en 1958 près de cinquante fabricants de réfrigérateurs ; en 1965 il en restait six ou sept. Les plus importants sont : le groupe Thomson-Hotchkiss-Brandt qui produit « Frigeco », « Brandt », « Vedette », « Pied-Selle », etc. ; Claret (« Frimatic », « Viva ») ; Pontiac, vendu sous des noms variés. Puis viennent Arthur Martin et Frigidaire. Il ne faut pas regretter le morcellement d ejadis, tant que la concurrence ne disparait pas la concentration profite aux consommateurs. La diversité des marques est conservée pour des raisons publicitaires, chaque fabricant voulant conserver la clientèle de toutes les marques qu'il a abborbées. Mais ainsi toute la confiance des usagers en un fabricant est détournée pour un autre. » (2) Parfois, même, la concurrence entre les produits ne résulte pas de la concentration. Ainsi les fabricants de lessive, d'essence, de laques pour cheveux se sont fabriqués de faux concurrents pour « réveiller » le marché, autrement dit les consommateurs.

Un exemple : le lancement d'un produit

Supposons qu'un producteur décidé à mettre en vente un fer à repasser avec poste de radio incorporé. Ce produit a l'avantage (et l'inconvénient) d'être nouveau, personne encore ne l'a fabriqué. Le produtceur envisage donc de prospecter le marché ; car, pour lui, seule une production de messe peut permettre de proposer son produit à un prix abordable.

Le producteur sait dès le départ que ce produit n'intéresse pas les personnes ne disposant pas d'électricité ou n'ayant que des ressources très faibles (inutile donc d'aller prospecter le marché des paysans des Causse). Par enquête le producteur va recevoir un certain nombre d'informations :

1) Le produit intéresse particulièrement les femmes (ce dont il se doutait) mais les hommes ne sont pas indifférents.

2) Ce produit suscite la crainte des personnes de plus de 45 ans et encore attachées au fer à repasser traditionnel.

3) les futurs consommateurs craignent que ce fer à repasser ne soit trop lourd du fait de la présence d'un poste de radio incorporé.

4) La condition *sine qua non* semble être de pouvoir écouter, en repassant, Maurice Biraud sur Europe N° 1, d'où nécessité d'un poste sur ondes longues.

5) Il apparait que les futurs utilisateurs ou plutôt utilisatrices de cet appareil se sentent coupables de s'amuser en travaillant.

Le producteur s'aperçoit donc :

1) Qu'il doit apporter certaines améliorations à son produit : poste sur ondes longues ; pour le poids il ne peut rien mais on peut donner au fer une allure plus élancée.

2) que la catégorie de consommateurs à qui s'adresser va déterminer le choix du support de la publicité : femmes jeunes, aptes à accepter des produits nouveaux et assez onéreux. Il va choisir vraisemblablement « Elle » et « Match » comme supports principaux et commencer à mettre en vente dans les grands magasins parisiens. Ensuite, si la vente marche, il envisagera de passer dans « Femmes d'Aujourd'hui » et « Jours de France » et mettra en vente dans les Prisunic.

3) que la publicité doit être formulée en tenant compte des réticences. ce pourra être : « Le fer à repasser qui permet de repasser mieux (on n'insite pas sur le poids) tout en restant à la page. » L'image publicitaire pourrait représenter une (jeune) femme repassant un pantalon d'homme, près d'elle un enfant « écoute » le fer. Intention : (clin d'œil au mari, et éliminer la culpabilité de la mère puisque son enfant y prend goût).

Bien que les choses ne se passent pas exactement ainsi, cet exemple sert à illustrer à quel point la publicité est liée à une production de masse.

La publicité ennemie ou alliée des consommateurs

Nous n'avons encore en France que relativement peu de publicité (0,99 p. 100 de la production intérieure brute contre 1,80 en Angleterre au niveau de vie sensiblement équivalent) et d'aucuns sont inquiets de la faiblesse de son rendement parce qu'elle serait mal formulée ; mais les progrès sont sensibles en quantité et en qualité aux yeux des annonceurs.

La publicité est un outil d'information indispensable dans une économie de pays développé. (Une mission soviétique est venue à Paris étudier les techniques publicitaires.) La publicité informe les consommateurs ainsi que les détaillants chargés de mettre les produits sur le marché. Elle est, bien sûr, à la charge des consommateurs mais autorise une production de masse qui permet de diminuer les prix de revient. Elle est prise souvent pour le bouc émissaire :

« La publicité, c'est le viol. » (Detœuf)

« La publicité développe des besoins superflus. » (Galbraith)

« La publicité abétit l'individu, limite sa liberté. »

« En réalité ces griefs visent moins la publicité en elle-même que le système économique qui l'a vue naître

(Photo Agip.)

La série des vendeurs détaillants s'est élargie.

LA F.N.A.C. AU SERVI

La Fédération nationale des Acheteurs Cadres a aujourd'hui douze ans.

Max Théret et André Essel, ses deux fondateurs, ont, en 1954, fait un choix entre producteurs et consommateurs, ils ont choisi d'être les porte-parole des seconds.

« Entre producteurs et consommateurs, écrit André Essel, l'opposition est irréductible, chaque producteur veut vendre le plus possible, écouler toute sa fabrication, que ses articles soient bons ou mauvais, utiles ou non, beaux ou laids, bien placés ou trop chers. »

Face à cet assaut permanent, les consommateurs sont sur la défensive. Ils essaient de discerner, de discuter, de comparer. Dans de nombreux pays, ils ont pour cela créé des ligues puissantes (Allemagne, Pays-Bas, Angleterre, où le Consumer Union Britannique groupe huit cent mille adhérents, Etats-Unis).

De telles organisations existent en France avec pour but de défendre et d'informer le public. Mais qu'il s'agisse de l'Orgeco ou de l'Union Fédérale de la Consommation, elles ne sont malheureusement pas assez puissantes et restent ignorées de la grande masse.

Dans ce conflit, les fabricants recherchent l'appui des commerçants. Pour se l'assurer, ils emploient des moyens variés : marges bénéficiaires confortables, exclusivité, primes, avantages de toute nature.

Face à cet état de fait, en 1954, André Essel et Max Théret ont compris « qu'entre production et consommation il ne saurait y avoir de troisième force : qu'il faut accepter la contradiction telle qu'elle s'impose et se ranger dans un camp ou dans l'autre. Sommés de choisir, ils ont choisi. Mais, rompant avec une tradition solidement établie et au grand scandale de toute la profession, ils ont fait leur, la cause des consommateurs ».

Ils ont ainsi créé un véritable groupement d'achats. A l'origine, la rents effectifs en assurant un chiffre d'affaires important à un réseau de commerçants sélectionnés, tout en contrôlant, en revanche, étroitement la qualité des marchandises vendues et la réalité des remises consenties.

1° — La F.N.A.C. est un véritable groupements d'achats. A l'origine, la F.N.A.C. fonctionne grâce à un photo ciné-club qui pratique systématiquement une remise de 20 % sur tous les prix des grandes marques.

Parallèlement, les deux promoteurs de l'affaire constituent un lien entre les utilisateurs : dès l'origine, ils créent la revue « Contact » qui assure le lien avec les deux cent mille adhérents (aujourd'hui). Elle représente une possibilité d'informer le consommateur, de s'adresser à ses facultés de réflexion. Cette revue publie notamment les comptes rendus détaillés des bancs d'essai de matériel.

Dans le même esprit, la F.N.A.C. assure des réunions d'information mensuelles sur les avantages et inconvénients d'un nouvel article, ou sur tous sujets à la demande des adhérents.

2° — La F.N.A.C. est sans doute en

-T-ELLE ?

qui achètent pour deux, six ou personnes. Elles sont près de 14 ıs et demi et achètent pour cous besoins de près de 40 millions ınçais.

emme, traditionnellement chargée rer le confort matériel de la fa- au fur et à mesure que l'auto- ımation disparaissait, s'est vue e au titre d'acheteuse familiale : ıe étant pris toute la journée par ail, c'est à elle qu'il incombe de n plus de faire les « choix » de ımation qui déterminent le mode

ont ces remarques qui ont amené nmission nationale d'études des nes féminins à ouvrir un dossier consommation.

Promues au titre des acheteuses familiales. (Photo Keystone.)

la stimule et en multiplie aujourd'hui les manifestations. » (3)

Il n'en reste pas moins qu'elle est critiquable dans la mesure où elle informe mal, même lorsqu'on ne peut la considérer comme frauduleuse : sur quel critère se baser pour choisir entre une lessive super blanchissante, qui lave plus blanc que tout... qui lave si blanc qu'on voit la différence... qui dans un maillot de corps propre trouve encore de la saleté...? Les exemples de ce genre sont nombreux.

Elle est critiquable dans la mesure où elle tient une place dans la société qui dépasse son rôle premier car elle est devenue la ressource essentielle de trois postes de radio périphériques qui se partagent 70 p. 100 de l'écoute nationale (le reste revenant à l'O.R.T.F. et en constituant plus de la moitié des ressources de l'ensemble de la Presse française (proportion plus forte encore pour la presse féminine), ce qui amène la plupart du temps ces organes « dits d'information à faire des concessions pour attirer une clientèle « qui achète », donc qui est susceptible d'intéresser les annonceurs.

La distribution

Se plaindre des circuits de distribution est un point qui probablement rassemble l'ensemble de la population française. C'est, après les lamentations sur les prix (qui montent toujours et sur les impôts (toujours trop élevés), un couplet facile qui n'engage personne.

A bas les intermédiaires ?

Si les intermédiaires sont parfois abusifs, les consommateurs oublient souvent que les intermédiaires peuvent apporter au consommateur du confort ou du temps gagné : emballage, conservation, amélioration. On n'achète plus les dattes en vrac, on les achète en boite. Ce service supplémentaire se retrouve bien évidemment dans le prix.

Les expériences de la F.N.A.C. et de Leclerc que nous décrivons plus loin montrent qu'il est possible de réduire les marges bénéficiaires tout en « jouant le jeu » du système capitaliste.

Pratiquement, « la fixation des marges commerciales n'a rien de la détermination rigoureuse d'un prix de revient. Reflet de l'état du marché, de l'organisation de l'entreprise, de sa politique commerciale, elle obéit à des lois que le consommateur ne peut s'empêcher de juger arbitraires et mystérieuses. Elles le sont en fait moins qu'il n'y paraît. Mais à notre époque, ce mystère a quelque chose d'irritant. Le consommateur a beaucoup de peine à admettre qu'il soit le reflet d'une nécessité et il est difficile de lui donner tort ».

« Dans ces conditions toute pression sur les coûts de commercialisation est particulièrement difficile. Pour être bruyamment réclamée, la réforme de la distribution marque le pas. C'est qu'il ne sert à rien d'agir sur un maillon de la chaîne (le détaillant par exemple) sans intervenir en même temps sur les autres. C'est depuis le pré qu'il faut suivre le bœuf et pas seulement à l'étal du boucher. La réforme des circuits commerciaux, la diminution de leur coût constituent un ensemble dont toutes les parties sont liées. »

Quelques systèmes de vente

● Le démarchage à domicile

Les producteurs non contents d'offrir leur marchandise sur les points de vente vont chercher les consommateurs chez eux. Le démarchage à domicile est probablement la formule de vente la plus contraignante et qui irrite le plus les consommateurs car ils se trouvent au face à face avec le vendeur dans des conditions plus difficiles que dans un magasin. Les arguments employés vont de la flatterie et la persuasion au chantage pur et simple. Les habitants isolés des cités neuves sont la proie des représentants. La pancarte : « des représentants ne sont pas admis dans l'immeuble » est de peu d'efficacité en l'absence d'un concierge-cerbère.

● La vente par correspondance

Dans le même ordre d'idée les ventes sur catalogue, qui ont un intérêt manifeste pour le consommateur qui n'a pas à se déranger, ne sont parfois que des attrapes-nigauds. Les vendeurs par correspondance ont aussi leurs requins. S'engager sur la seule vue d'un prospectus, répondre à une offre d'échantillon dans un magazine c'est parfois laisser place à la vente forcée, à l'envoi contre remboursement que l'on n'ose refuser. Car peu de personnes connaissent leurs droits et savent qu'elles sont en droit de refuser si elles n'ont pris aucun engagement. Les boîtes aux lettres dans l'entrée des immeubles, si elles favorisent l'information politique, favorisent aussi l'information commerciale. On peut prédire au démarchage et à la vente par correspondance un avenir brillant puisque d'ici 1980 plus de la moitié des Français seront logés dans des ensembles neufs. Déjà les techniques dites américaines font leur entrée, des coups de téléphone importuns vous incitent à changer de voiture, demain ce sera à changer de couleur de cheveux.

● La vente à crédit

A tous ces procédés de vente il faut ajouter une autre formule qui se superpose aux précédentes. Du crédit on peut attendre le meilleur et le pire. « Le crédit est économiquement utile, s'il n'existait pas il faudrait l'inventer » (5), nous ne nous attarderons pas sur ce sujet difficile sauf pour souligner le danger qu'il représente quand il est employé comme argument publicitaire du type « La Télé à vous pour 100 F, le reste en douze mensualités ». Dans un récent article du *Nouvel Observateur* sur le scandale des « étoiles filantes », une assistante sociale rapporte :

« Les voisins ont ceci ou cela ? Pourquoi pas nous ? On demande à la voisine comment avez-vous fait ? Elle répond « J'ai signé des traites ». On fait la même chose.

« Je connais des gens qui ont changé quatre fois de mobilier en un an. Ils achetaient tout à crédit et ne payaient pas les traites. Au bout de quelques mois la maison de crédit faisait enlever tous les meubles, mais cela n'avait aucune importance, puisque un mobilier neuf, acheté à crédit dans un autre magasin, arrivait le même jour. »

CE DES CONSOMMATEURS

Europe la seule organisation de ventes au détail qui, en dix ans, ait multiplié par cent son volume de ventes de la première année (chiffre d'affaires 1965 : 5 milliards d'anciens francs). Ceci est rendu possible par une rotation très rapide de son stock (treize fois par an) permettant une formule de vente avec marge très réduite grâce à une diminution des frais généraux, qui ne signifie pas pour autant renonciation.

Elle refuse le principe des marques de distribution (sous-marques) et pratique systématiquement une politique de grandes marques, nationales ou internationales, et ce, dans un souci de garantie dans la qualité. Tous les nouveaux appareils sont « testés » : si le nombre des pannes dépasse un certain coefficient, l'article est retiré de la vente.

Tous les rayons offrent des articles à des prix réduits, mais ici, contrairement à ce qui se passe chez d'autres commerçants, « pas d'îlots de pertes dans un océan de profits ». La vente avec remise concerne les douze mille articles du magasin sans exception : elle préfère baisser plus modérément ses prix sur l'ensemble de ses articles (ses discounts varient netre 20 et 30 % réels sur toutes les ventes) sur tous les rayons.

La politique commerciale de la F.N.A.C. n'a pas été sans entraîner de heurts avec les fabricants qui sont allés parfois même jusqu'à des procès. Toutefois, les relations avec les producteurs se sont améliorées au fur et à mesure. La F.N.A.C. représente, en effet, une puissance d'achat qui est loin d'être négligeable. Les marques sont obligées de reconnaître la puissance de l'entreprise commerciale qu'est la F.N.A.C. et qui leur assure un nombre de ventes important et donc un bénéfice en conséquence, malgré un marge réduite.

Le champ d'activité de la F.N.A.C. s'est considérablement élargi. Au rayon Photo-Cinéma sont venus s'adjoindre des rayons télévision, électroménager, disques, électrophones, magnétophones et haute-fidélité. Actuellement, elle vient d'ouvrir un rayon d'articles de sport et de camping. Les dirigeants de la F.N.A.C. pensent que théoriquement la création d'une F.N.A.C. peut se justifier dans toutes villes françaises de plus de cent mille habitants. Mais la réalisation d'un tel réseau exigerait des moyens financiers considérables (1).

L'expérience originale de la F.N.A.C., si elle ne résout pas tout le problème de la distribution, n'en est pas moins profitable à tous les consommateurs (2). Elle vaut qu'on y réfléchisse.

(1) Il faut citer l'expérience de Mulhouse. Depuis deux ans, la F.N.A.C. est présente à Mulhouse à la suite, en effet, d'un accord avec la C.O.D.E.F. (Coopérative d'Equipement Familial, qui groupe les principaux comités d'entreprises de cette ville) le Photo-Radio-Club diffuse dans les locaux de cet organisme les articles de photo et de radio.

Pour ne pas perdre la totalité de leur clientèle, quelques revendeurs locaux ont dû, comme à Paris, aligner certains de leurs prix sur ceux pratiqués par la C.O.D.E.F.

(2) La F.N.A.C. estime qu'aujourd'hui 15 p. 100 des catégories de marchandises en vente dans ses magasins sont vendues avec rabais en France.

LA DEMANDE

Tandis que l'offre est extrêmement active et s'exprime par mille moyens, *la demande, elle, ne s'exprime que négativement* : par le *refus* d'acheter. C'est ainsi que la vente de certains produits comme les soupes en boîte et les détersifs liquides n'a pas en France le même succès que dans d'autres pays du marché commun, les producteurs doivent essayer de vaincre des réticences à grand renfort de publicité.

Les paris qui rapportent

Les producteurs font souvent des paris sur la demande parfois avec succès, parfois avec échec. La maison Prisunic a ainsi fait le pari de mettre à la portée des bourses modestes des objets et des meubles beaux et audacieux dans leur forme avant de savoir si vraiment l'art moderne avait prise sur les jeunes ménages français : elle a gagné. Courrèges a gagné en 1965, d'autres couturiers au moins aussi audacieux avaient perdu avant lui.

Il arrive que l'on tombe sur une bonne veine : les premiers annonceurs qui acompagnèrent leurs produits d'un porte-clé ignoraient sans doute le succès que rencontrerait ce symbole d'une société petite bourgeoise. Peut-on dire pour autant qu'une demande inexprimée de portes-clés existait il y a un ou deux ans ? Peut-on dire que les femmes désiraient montrer leurs genoux ? S'orner l'estomac d'un losange ou d'un triangle en ton contrastant appelé cible ? Mettre à leurs oreilles des pendentifs de plastique ? A quoi on peut répondre : le goût de collectionner et l'envie de s'embellir ne datent pas d'aujourd'hui, les annonceurs et leurs porte-parole n'ont rien inventé.

Tout le monde désire actuellement posséder *sa* voiture, *son* frigidaire, *sa* machine à laver, tous ces produits jadis objets de luxe sont maintenant des objets de nécessité on ne compte plus ceux qui en ont, mais ceux qui n'en ont pas (en 1960, 70 p. 100 des ménages français ne disposaient pas de machine à laver). Demain tout le monde désirera son congélateur, sa machine à laver la vaisselle.

Les femmes interviewées dans l'émission d'Eliane Victor (« les femmes aussi ») déclarent : « Je porte des faux cils comme tout le monde,

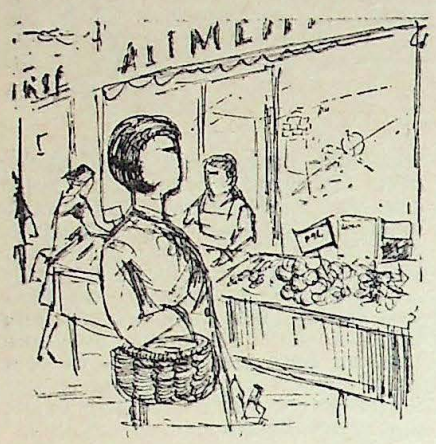
→

(1) Pierre Herbin : *La publicité en une leçon.*
(2) E. Essel, *Contact*, mars 1966.
(3) *Les consommateurs*, « *Peuple et Culture* », éditions du Seuil.
(4) *Les consommateurs* « *Peuple et Culture* » aux Editions du Seuil, chapitre rédigé par Claude Quin.
(5) *L'abondance à crédit*, Henri Durand, Editions du Seuil.

je me maquille comme tout le monde » sans se douter que ceci est parfaitement faux mais elles décrivent ainsi leurs modèles de consommation.

Tous ces besoins sont conditionnés par la publicité fortement aidée (ne l'oublions pas) par la pression sociale. Est-ce grave ? Nous nous trouvons ici devant le dialogue de sourds de ceux qui prétendent que la publicité crée des besoins et de ceux qui affirment que la publicité n'utilise que des besoins existants. En fait tout le monde a raison (ou tout le monde a tort), *la publicité survalorise certains besoins aux dépens d'autres besoins, et en particulier elle privilégie les besoins individuels aux dépens des besoins collectifs.*

Mais la publicité n'est pas à incriminer au premier chef, *elle n'est qu'une technique au service d'intérêts plus ou moins louables* ; quand il s'agit de loisirs collectifs comme les vacances, elle sait transformer les consommateurs en « gentils Membres » heureux de vivre en compagnie des « gentils Organisateurs » du Club Méditerranée. La plupart des équipements collectifs ne sont pas rentables au sens capitaliste du terme, c'est pourquoi il ne faut pas compter sur les producteurs pour satisfaire les besoins collectifs : le ra-



masage scolaire, les garderies d'enfants, les crèches ne sont pas des sources de profit. D'autre part, les producteurs ont tout intérêt à ce que chacun désire *sa* machine à laver plutôt que d'encourager l'achat d'une machine à laver collective dans un immeuble. La conséquence est que, *peu sollicités, les besoins collectifs ne s'expriment pas.*

Consomme et tais-toi !

Cette affirmation reprend sous une autre forme : « Sois belle et tais-toi. » Dis-moi ce que tu consommes et je te dirais qui tu es, l'apparence l'emportant sur la réalité : « Le drink des gens raffinés », « l'agenda de l'homme de goût », « le soutien-gorge des jeunes filles dans le vent », « les cheveux de la femme aimée ».

Michel Bosquet dans le *Nouvel Observateur* nous a décrit jusqu'où peut mener le mythe de la concommation individuelle. Les paroles qu'il met dans la bouche du Premier ministre suédois Tage Ereander sont navrantes : « Le pouvoir, la libération des travailleurs ? des slogans : ce qui compte, c'est d'avoir de l'argent et la liberté de choisir entre plusieurs marques d'un même article. » (Le p. 100 consacré à la publicité par rapport au revenu national en Suède est le double du nôtre) le journaliste poursuit : « La démocratie industrielle ? ni vu ni connu. Diriger est l'affaire du patron. Celle des syndicats de veiller à la paie. Ainsi tout le monde est content et libre : la liberté ouvrière c'est le pouvoir de consommer, après le travail, comme les bourgeois. »

Pouvons-nous nous satisfaire d'une pareille attitude ? Lorsque la demande ne se traduit que par le refus, nous multiplions les occasions d'anxiété car le refus est contraignant : un passage dans les grands magasins est une épreuve douloureuse pour tout le monde (sauf peut-être pour Onassis, qui du reste n'y va jamais) car ce sont des occasions incessantes de refus. La femme qui « se passe une petite fantaisie » sous la forme d'une paire de bas ou d'une glace à la vanille exprime bien qu'elle a un peu lâché la bonde pour laisser échapper un peu de pression.

Peut-on rêver un instant comme dans les romans de Science fiction d'un conseil de sages créant des modèles de consommation tenant compte du sexe, de l'âge, du quotient intellectuel et des besoins affectifs ? Il vaut mieux résolument écarter ce spectre, *les hommes et les femmes peuvent et doivent créer leurs modèles de consommation,* c'est même pour eux une assurance de leur liberté. L'exemple de la Suède nous montre qu'une formation générale ne suffit pas : *seule, une participation active et collective des citoyens à l'élaboration des modèles de consommation individuelle et collective peut laisser espérer de voir enfin apparaître une société où il fasse bon vivre.*

LES CHOIX ET LES SACRIFICES

Mais où commencent les choix ? Ils se situent bien avant l'entrée dans un magasin : en premier lieu dans l'isoloir du bureau de vote, qui doit ou devrait permettre de choisir entre plusieurs modèles de société. Pour le moment, on ne nous propose que des réponses vagues, comme si les choses matérielles ne valaient pas qu'on s'y arrête. Que le P.S.U. s'y arrête un moment, ce ne serait pas déchoir.

— Ils se situent aussi au niveau de l'aménagement urbain où apparaît la plus grande partie des besoins collectifs.

— Ils se situent dans la vie quotidienne et passent vraisemblablement par les organisations des consommateurs qui sont à l'heure actuelle en France, d'une portée assez dérisoire. Les Américains (6), que l'on dit plus que nous touchés par la « société de consommation » sont, en fait, mieux organisés que nous. Les Français, plus individualistes, répugnent à faire profiter les autres de leurs propres expériences. La constatation « Je me suis laissé avoir » amène peu de gens à réagir. Peu de personnes écrivent au Bureau de Vérification de la Publicité et à la Régie des journaux quand ceux-ci laissent passer une publicité douteuse, et pourtant, il nous a été dit : « A la première lettre de réclamation, on pense : c'est un fou ; à la deuxième, on s'inquiète ; à la troisième, c'est la panique et on supprime l'annonce. » Trois lettres suffisent pour une annonce qui touche des millions de consommateurs !

Les Français, surtout, répugnent à se grouper; si l'information ne vient pas à eux, ils n'iront pas la chercher ; seul Télex-consommateurs assure aux possesseurs de téléviseurs 90 secondes d'informations quotidiennes ! tandis que la publicité les sollicite 12 heures sur 24 par voie de presse, de radio et sur les murs.

Le moteur essentiel des sociétés de consommation que nous connaissons est un « chacun pour soi » universel ; comment alors réintroduire la notion du collectif ? Dans les textes d'introduction, aux IVe et Ve Plans, on peut lire : « Les investissements sociaux dont l'Etat et les collectivités locales sont en général les maîtres d'œuvre, constituent l'élément dont la progression sera la plus rapide (+ 5 p. 100). Il est très important de faciliter aux citadins l'accès des divers services collectifs... Il doit être créé autour des ensembles humains un réseau d'équipement de toute nature, procurant les services essentiels et contribuant à susciter une vie sociale satisfaisante. » Mais que fait-on pour recréer cette vie sociale ? Pour faire que chaque citoyen se sente concerné par l'édification de tel ou tel service collectif ? Il est probable que les promoteurs d'équipements collectifs devront utiliser les techniques publicitaires pour entrer en concurrence avec les institutions commerciales qui font appel aux aspirations individualistes de chacun. Ne serait-il pas plus simple que, dans une plus large mesure, les citoyens soient eux-mêmes les promoteurs ?

La tâche dans ce sens ne sera pas plus aisée : lorsque l'on demande à des individus non informés comment ils voudraient être logés, ils répondent en majorité : « dans un pavillon », faisant part ainsi d'un rêve impossible. Si on leur demandait de combien ils accepteraient d'amputer leur budget, c'est-à-dire d'amputer leur consommation pour résoudre le problème de la faim dans le monde, il ne faudrait pas s'attendre à des miracles de générosité. L'information devra donc jouer un grand rôle. Cette information ne sera pas toujours facile à transmettre, car les intérêts de la collectivité exigent des sacrifices des particuliers, le message n'aura pas la douceur d'un « voyez la vie en rose avec... ».

De tout temps, la lutte pour la conquête du pouvoir a été menée en vue de régir les rapports de production. Que cette prise du pouvoir soit collective ou le fait d'une élite, il semblait que le bien-être collectif devait en découler automatiquement.

Les textes de notre parti sont riches sur le thème : « Aliénation du travailleur », mais une autre aliénation, car le vocabulaire traditionnel convient bien à cette situation, s'ajoute à l'aliénation par le travail. C'est la dépendance à l'égard des objets, sans cesse dépréciés suivant les caprices d'une mode orchestrée et non suivant les effets de l'usure. C'est la course éperdue après un bonheur individuel qui s'achète. « La négation de l'origine et du caractère social des besoins, et du modèle nécessairement social de leur satisfaction, l'affirmation d'un possible affranchissement individuel par l'acquisition de moyens d'évasion (dont la production sociale est soigneusement masquée) sont les mystifications fondamentales de la civilisation opulente » (7).

L'aliénation par la consommation est beaucoup plus perfide que celle du travailleur : ne parle-t-on pas du consommateur-roi ? On n'a encore jamais osé parler de travailleur-roi.

Ce dossier ne prétend pas résoudre les questions ; il voudrait en faire le tour, les poser, faire comprendre aux lecteurs l'importance de l'information et l'amener à se demander quelles formes d'action individuelle et collective il convient de prévoir pour lutter contre l'aliénation des consommateurs.

La commission nationale du P.S.U. chargée de l'étude des problèmes féminins

(6) Chaque année, la « Consumer Union » (association de consommateurs qui regroupe 900.000 adhérents), publie un volume de près de 450 pages permettant de se renseigner sur les prix et la qualité de produits qui vont de l'automobile au papier adhésif, en passant par les Hot dogs et les couches de bébé. Chaque produit est évalué suivant des critères qui vont d'excellents à mauvais. En Angleterre, on estime que la revue « Which ? », bulletin d'information sur le modèle américain, est lu par 6 pour 100 des Anglais de plus de 16 ans. En France, trois revues font des études comparatives de produits (« Que choisir ? », « Orgéco », et « Le laboratoire d'analyses et de recherches » ; mais outre qu'elles ne touchent qu'un nombre limité de produits, leurs tirages réunis se situent entre 30.000 et 45.000.

(7) André Gortz « *Stratégie ouvrière et néo-capitalisme* ».

L'EXPÉRIENCE LECLERC

Quelques mois avant les élections présidentielles, il était question au gouvernement de créer, dans un proche avenir, un ministère de la Distribution, et l'on avait songé à en confier le portefeuille à Edouard Leclerc, « l'épicier de Landerneau ». Pour des raisons assez mal connues, il n'est plus question de ce projet à l'heure actuelle, mais E. Leclerc continue à faire parler de lui. L'expérience commerciale qu'il a mise sur pied est, en effet, très particulière et assez inédite.

Quelques marges Leclerc dans un centre distributeur faisant 10 millions de C.A. en 1964

Confiserie : 14 % ; sucre, 5 % ; conserves : 12 % produits d'entretien : 12 et 14 % (non compris les ristournes consenties par les fournisseurs).

Actuellement, il existe en France 419 centres distributeurs Leclerc, la plupart vendant uniquement de l'alimentation (1), et dont le chiffre d'affaires total a été de 800 millions en 1965. Les « supercentres », comme ceux de Brest et de Landerneau, ouverts récemment et appartenant à E. Leclerc lui-même, vendent environ trois mille articles différents et pratiquent une marge bénéficiaire de 9 % ; les centres moyens — la majorité — qui vendent environ quinze cents articles, font un bénéfice d'environ 12 %. Le contrat signé par les adhérents de la société stipule qu'en aucun cas les bénéfices d'un centre ne doivent être supérieurs à 15 % (2). Le consommateur réalise ainsi, d'après Leclerc lui-même, une économie de 20 %. Tout le monde s'accorde à reconnaître que les prix Leclerc sont nettement plus bas qu'ailleurs.

Comment Leclerc arrive-t-il à ce résultat ?

1. — En obtenant des fabricants des ristournes importantes, bien qu'ils aient été longtemps méfiants vis-à-vis de ses initiatives.

2. — En réalisant de considérables économies de gestion : le G.A.L.E.C. (Groupement d'Achats Leclerc) (3), qui coordonne toute la partie commerciale de l'affaire, fonctionne avec moins d'une dizaine de personnes.

3. — En supprimant les intermédiaires : les produits sont achetés directement par les centrales régionales auprès desquelles les chefs de centre viennent s'approvisionner en se chargeant eux-mêmes du transport des marchandises.

4. — En achetant tous les articles en quantités massives.

5. — En supprimant les stocks, ce qi évite du même coup les frais de magasinage, d'assurance, etc. En éliminant de ses magasins les frais de présentation esthétique.

D'une activité débordante, passant pour très intelligent, cet homme d'à peine quarante ans, pratique des méthodes de vente tout à fait originales. Il n'hésite pas, à Landerneau, à faire sa publicité en pratiquant « l'avis à la population ».

Il n'a lui-même aucun intérêt personnel dans la multiplication des centres, puisque ceux-ci ne sont liés à lui que par un simple contrat moral : entraide mutuelle en cas de difficultés créées par un fournisseur, applications des méthodes Leclerc, etc.

Mais il s'attache depuis le début à développer le mouvement qu'il a déclenché, dans sa hâte de voir le commerce traditionnel remplacé par ce qu'il appelle la « distribution », autrement dit la suppression du commerce spéculatif. Selon lui, il faudrait créer un « service » contrôlé par l'Etat, appuyé sur un syndicat de consommateurs.

Certains le prennent pour un rêveur, d'autres pour un danger public. En tout cas, il est certain que partout où existe un Centre Leclerc, les prix diminuent sensiblement.

(1) Il s'agit, la plupart du temps, d'alimentation « sèche », on trouve très peu de boucherie et de produits frais, (fruits, légumes, crémerie).

(2) Les employés sont payés à la qualification en essayant de dégager les meilleurs cadres. Le responsable d'un centre touche de 1 à 1,5 p. 100 du chiffre d'affaires. Des primes de rendement sont versées au personnel en plus de leur fixe mensuel.

(3) 32, rue Jean-Bleuzen, à Vanves, (Seine), le Galec, comme les centrales d'achat, ne fait aucun bénéfice. En plus de son rôle coordinateur, il se charge de redistribuer le montant des ristournes des fournisseurs aux centres distributeurs.

THEATRE

« Présence du théâtre » dans le Sud-Est

Présence du Théâtre, société coopérative ouvrière de productions artistiques, s'est installée depuis deux ans dans le Sud-Est La plupart des villes de cette région sont privées de théâtre, les troupes ayant renoncé à passer soit à cause de la faible densité de la population et du peu de fréquentation des spectateurs, soit par manque de lieu culturel convenable. Ce sont trente-cinq de ces localités que la Compagnie visite régulièrement. Dans les huit départements que nous desservons (Vaucluse, Basses et Hautes-Alpes, Drôme, Lozère, Var, Gard et Ardèche), nous offrons cinq spectacles modernes et trois classiques.

En deux ans, nous avons tenté plusieurs expériences. Voici quelques résultats :

Spectacles de divertissement : *Voulez-vous jouer avec moâ ?*, de Marcel Achard : déception devant la pauvreté du sujet, envie de connaître le théâtre de boulevard et étonnement devant l'indigence intellectuelle et de pensée qu'il représente.

Pièces à thèse : *Le Maîtres de Santiago*, de Montherland, et *Huis Clos*, de Sartre : la première regroupe la droite catholique, la seconde les éléments de la gauche et les jeunes sans interpénétration des milieux. Manque absolu de curiosité pour des formes de pensée différentes de la sienne.

Pièces et auteurs peu connus en province : *Le Mariage de M. Mississipi*, de Durrenmatt, et *Jérusalem à Carpentras*, d'Armand Lunel : encore une fois deux pièces offrant des conceptions du monde totalement opposées : elles ne regroupent personne (méfiance pour la nouveauté).

Pièces classiques : *Le Barbier de Séville*, de Beaumarchais, dans une mise en scène traditionnelle et conformiste, fait l'unanimité, mais *Andromaque*, de Racine, présenté selon le langage de notre époque (psychocritique) fait crier au scandale.

Rencontres préparatoires

La présentation du spectacle avant la représentation, les explications que nous donnons sur le sens de notre recherche, en un mot tout ce qui facilitera la compréhension de l'œuvre en réduisant l'effort du spectateur, sont très appréciées.

Le Journal de la Compagnie apporte des éléments complémentaires à la préparation des spectacles, explique nos difficultés, présente d'autres activités culturelles que les nôtres, prend position contre les actes inadmissibles (articles contre l'implantation d'armes atomiques sur le plateau d'Albion).

Que veut le public ? On constate cependant que le public n'ose pas affirmer ses opinions, comme s'il ne savait pas exprimer sa pensée, ou avait perdu l'habitude de penser par lui-même. Cette dernière raison nous paraît l'emporter dans la plupart des cas. En effet, ceux qui n'osent pas se découvrir en public s'arrangent toujours pour nous rencontrer, répondre à nos questionnaires ou nous écrire.

En somme, les problèmes culturels sont ressentis comme les problèmes politiques, nous voyons la même dépersonnalisation, la disparition de l'envie de réfléchir et de penser par soi-même. L'art ne réunit plus qu'un petit nombre, non plus parce qu'il est l'expression d'une classe, un produit de luxe. S'y reconnaissent et s'y retrouvent ceux qui ne désirent pas se démettre, ceux qui continuent à se vouloir responsables de leur vie et de l'évolution du monde. Ceux-là mêmes que nous côtoyons sur d'autres terrains. Et s'il s'agit de redonner l'élan vital au public, nous ne pourrons le faire qu'en lui proposant des œuvres qui lui donneront conscience de lui-même, en lui montrant un théâtre qui concrétisera les problèmes, les aspirations et les angoisses de notre époque.

Henri Saigre.

Villes qui seront visitées par « Présence du Théâtre »

VAUCLUSE : Apt, Cavaillon, L'Isle - sur - Sorgue, Avignon, Orange, Carpentras, Bollène, Vaison-la-Romaine, Valréas, Pertuis.

BASSES-ALPES : Digne, Manosque, Oraison, Barcelonnette, Saint-André-les-Alpes, Sisteron, Saint-Auban.

HAUTES - ALPES : Briançon, Embrun, L'Argentière, Gap.

VAR : Hyères, Saint-Tropez, Fréjus, Saint-Raphaël, Sainte-Maxime.

GARD : Uzès.

LOZERE : Florac, Mende, Langogne.

ARDECHE : Aubenas.

DROME : Dieulefit, Montélimar, Crest, Nyons.

● *Tous renseignements peuvent être tous demandés à Henri SAIGRE, « Présence du Théâtre », Cazeneuve (Vaucluse).*

CINÉMA

Quelques films à voir

Tribune Socialiste a tenu à vous présenter une sélection de films pour vos vacances, qui vous permettra de faire un choix parmi la multitude des films d'exclusivité, récents et de reprises, qui vous sont proposés.

La Guerre est finie (France). Réal. *Alain Resnais*, interprètes : *Yves Montand* et *Ingrid Thulin*. Ce film antifranquiste n'a pu participer au Festival de Cannes, celui de Venise a choisi de le présenter et de voir l'Espagne refuser de participer à ce Festival. Un très grand film.

Un Homme et une Femme (France). Réal. *Claude Lelouch*. Interprètes : *Anouk, Aimé* et *Jean-Louis Trintignant*. Grand Prix à Cannes. L'amour d'un coureur automobile et d'une cinéaste raconté avec toute la poésie, le charme et le savoir de Claude Lelouch. A ne pas manquer.

Les Désarrois de l'élève Toerless (Allemagne féd.). Réal. *V. Schloendorff*. Int. *Mathieu Carrère*. Un enfant assiste à la déchéance d'un camarade brimé, torturé, lynché par ses camarades et n'intervenant pas est complice par lâcheté. Un très beau film, qui ouvre de profondes réflexions sur le nazisme en 1966.

Il était une fois un vieux et une vieille (U.R.S.S.). Réal. *G. Tchoukraï*. Ce film du réalisateur de *La Ballade du Soldat* est un très beau film touchant, naïf et, en même temps, d'un très grand réalisme.

Le Volcan interdit (France). Réal. *Haroun Tazieff*, commentaire de *Chris Marker*. Documentaire sur les phénomènes volcaniques. Très beau film de vulgarisation que nous conseillons fermement de voir.

La Diligence vers l'Ouest (U.S.A.). Réal. *Douglas*. Interprètes: *Ann Margret, Red Butons, Michael Connors*. Remake de *La Chevauchée fantastique*, de Ford ; ce film est bien faible pour se permettre ce titre de ramake. A voir pour les amateurs de cascade, sans plus.

Dom Roberto (Portugal). Réal. *Ernesto de Sousa*. Int. *Raul Soluado*. Film qu'il n'avait été possible de voir aujourd'hui que dans des festivals ou des ciné-clubs. Aujourd'hui sur le marché. Film d'une profondeur jamais vue et qui atteint à une émotion rarement ressentie au cinéma.

Jules de Londres (G.B.). Réal. *Cliff Oxen*. Interprètes : *Peter Sellers, Nanette Newman*. Quiproquos, gags, cambriolages se succèdent à une allure telle que les quatre-vingt-quinze minutes de projection ne paraissent avoir duré qu'un quart d'heure lorsque la fin du film arrive. Les mésaventures d'un Peter Sellers, couturier cambrioleur, avec tout l'humour et la drôlerie qu'on peut attendre de l'interprétation de ce très grand acteur.

Les Diaboliques (France). Réal. *H.-G. Clouzot*. Interprètes : *Paul Meurisse, Simone Signoret* et *Vera Clouzot*. Reprise heureuse de ce film sorti en 1955 que nous ne pouvions plus voir à l'écran. Clouzot est si merveilleux.

Guerre et Paix (U.R.S.S.). Réal. *Serge Bondartchouk*. Interprète : *Serge Bondartchouk*, 85.000 figurants, trois ans de tournage pour réaliser le premier épisode de plus de trois heures du roman de Tolstoï. Film éblouissant, chef-d'œuvre du cinéma soviétique, *Guerre et Paix* est le seul à avoir donné l'esprit de Tolstoï, de la pauvreté de la Russie d'alors et du sentiment nationaliste pour chasser les Français. Film qu'il faut avoir vu, est au cinéma soviétique d'aujourd'hui ce que *Le Cuirassé Potemkine* a été il y a trente ans.

Jacques Alcor.

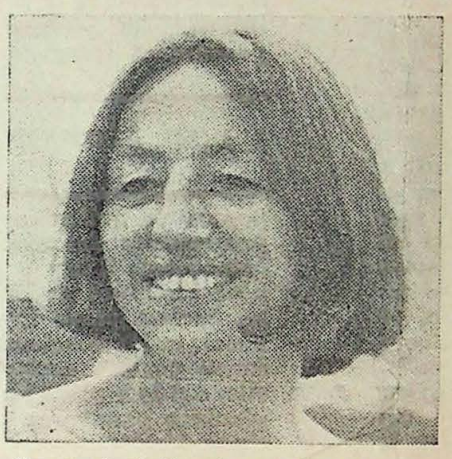
LIVRES

Léonie Bruel

Il y avait un fossé entre ce que Léonie Bruel avait besoin de communiquer et les mots qu'elle devait utiliser, ces « résidus d'expériences de générations passées ». Ce paradoxe nous vaut un premier roman, insolite, attachant, que je déroule comme un film perpétuellement vécu au présent. (Il vient de paraitre aux Editions de Minuit.)

Jean HELMS.

« La littérature doit être une œuvre d'art au sens primitif, africain du terme, un point de rencontre pour une collectivité. Une des valeurs essentielles de la culture bourgeoise, c'est l'écriture. Il faut remonter au-delà de l'écriture, au langage », nous affirme Léonie Bruel, 39 ans, fille d'ouvrier, son premier engagement politique date du « 13 mai », revu



Un contact direct avec le langage.

par les Corses à Ajaccio où elle s'était installée pour faire de la sculpture. Pour être plus récent, son engagement artistique n'en est pas moins passionné. Elle a lu les résultats de l'enquête sur la page culturelle de *Tribune Socialiste*. La nécessité d'une « optique socialiste de la culture » affirmée par certains lecteurs, l'a poussée à venir nous trouver : « Au fond, la gauche ne met pas en question les valeurs bourgeoises de la culture ! »

— *Quelle différence entre votre livre et les autres ?*

— Les livres traditionnels racontent une histoire, ils reposent sur des mythes ou des mots abstraits qui sont des parcelles de mythe et qui, en fait, ne remettent pas grand-chose en question. Mon livre est une succession d'histoires qui ne sont pas écrites en tant qu'histoires mais qui sont simplement le « dire » d'une petite fille qui découvre le monde, non, qui le pénètre... Ce qui est dit, on ne sait pas qui est dit, elle ne veut pas parler, et ça parle. En fait, il y a toujours chevauchement jusqu'à son immersion dans le langage qui n'est pas le sien et qu'elle tente peu à peu de faire sien. Au début, elle ne parle pas, à la fin, elle délire...

Un corbillard, c'est une maison

— *Mais les dialogues...*

— Il n'y en a pas. Ils sont compris à travers les phrases, il n'y a pas de rupture entre elle et les autres, c'est elle qui parle, ou les autres, ça revient au même. Par exemple, elle entend dire que la grand-mère est une pomme reinette. Normalement, ça veut dire qu'elle est ridée. Elle essaie de confier par une sensation physique ce qu'il en est exactement. « Elle a l'air d'une vieille pomme reinette, sa peau est sucrée. » Elle ne le retient que quand elle a pu le vérifier. Cette espèce de contact direct qu'elle a avec le langage, elle le vit constamment. Une autre fois, elle est à un enterrement. Un corbillard, c'est une maison avec des ficelles qu'on tient, les franges me chatouillent le front... Elle confond immédiatement avec ses propres cheveux.

— *Vous vous bornez à décrire...*

— Non, à dire ! Décrire, c'est déjà une relation cohérente d'événements, alors que dans mon livre les relations sont indéterminées. Par exemple, il y a dans la vie de cette petite fille un père, il travaille à l'usine, on lui apporte le dîner la nuit. Il y a une procession, mais, dix pages plus loin, sorte de sacralisation du panier, de ce même père dit par la petite fille n'est plus qu'une araignée morte. Quand il s'en va travailler, la petite fille voudrait travailler aussi, le fait qu'il soit parti la pousse à provoquer une sorte de meurtre. Chez les naturalistes, on s'arrête à ces frontières de la cohérence, dans mon livre on ne s'arrête pas, on continue à vivre...

Vient de paraître

● GOLDA MEIR, PAR MARIE SYRKIN (Gallimard).

En mai 1921, vingt-trois juifs américains quittaient New York pour gagner la Palestine. A bord du bateau, le *Pacahontas*, se trouvait Golda Meir, devenue depuis ministre des Affaires étrangères d'Israël. C'est la vie de cette femme passionnante que raconte Marie Syrkin, professeur de sciences humaines à l'Université de Brandeis, à travers un portrait pittoresque, témoignage vivant de la lutte constante d'une femme dont l'histoire se confond souvent avec celle du sionisme et de l'Etat d'Israël.

● CENT MILLE VOIX PAR JOUR POUR MITTERRAND, PAR ROBERT MANCERON (Robert Laffont).

Claude Manceron est à la fois un auteur généreux et enthousiaste ; cela se sent et son ouvrage se lit avec beaucoup d'intérêt et de facilité. Mais la chanson de gestes moderne qu'il nous propose est parfois irritante par l'emphase abusive, et l'imprécision de nombreux détails conduisant l'auteur à formuler des jugements erronés ou à rapporter des faits inexacts. Bref, une bonne galerie de portraits concernant les protagonistes de la candidature unique de la gauche renforce le côté « petite histoire » voulu par cette chronique agréablement écrite qui n'ambitionne pas d'entrer dans la catégorie des documents historiques.

A lire sur la plage.

● HISTOIRES DE TENNIS, DE RENAUD DE LABORDERIE (Calmann-Lévy).

Les « coulisses du tennis », les anecdotes, les moments heureux et malheureux de l'équipe de France. Une histoire déjà longue qui va des « mousquetaires » à Pierre Darmon et Manuel Santana.

● PLUMONS L'OISEAU, D'HERVE BAZIN (Grasset).

L'auteur, de romancier, s'est transformé en grammairien ; mais il assure qu'il s'agit plutôt d'un « divertissement ». En fait, c'est aussi une charge contre l'esprit de « système », une démonstration par l'absurde des triomphes de la logique.

● LOUIS C.-D. JOOS : « Histoire de l'Afrique du Sud », éditions du Centurion.

A part un ouvrage déjà très ancien, paru aux éditions du Seuil, aucun livre complet n'existait en langue française qui fit le tour d'une question aussi grave que mal connue. L'auteur, qui parle l'afrikaans, retrace le récit chronologique et détaillé de l'épopée de l'Afrique du Sud.

TRIBUNE
PSU SOCIALISTE

LE RAPPROCHEMENT SYRO-EGYPTIEN

TRENTE-CINQ mois après la rupture entre Le Caire et Damas, le dialogue vient de se rétablir à l'occasion des entretiens de Nasser avec le jeune vice-président du Conseil et ministre des Affaires étrangères de Syrie Ibrahim Makhos, accompagné de MM. Achawi, ministre de l'Intérieur, et Sami Drouby, délégué permanent de la Syrie à la Ligue arabe.

C'est en effet le 18 juillet 1963, au moment même où une délégation du Parti Baas syrien se rendait au Caire, que deux mille nassériens tentaient de s'emparer du pouvoir à Damas. Leur échec ouvrait l'ère des rapports tendus et des méfiances... sans toutefois créer l'irréparable.

Damas et Le Caire représentent, ne l'oublions pas, les deux pôles du progressisme arabe et il leur faut nécessairement trouver un terrain d'entente inexistant depuis la rupture de l'Union syro-égyptienne de 1961.

Pourquoi ce « mariage de raison » entre la hâte syrienne et la réserve du Caire ? Quels sont les intérêts de chacun dans ce retour à une vie diplomatique normale ?

La chance a voulu que je sois en Syrie pendant ces événements et que je puisse m'en entretenir très librement avec les leaders bassistes.

Ibrahim Makhos (au centre) : il a remis la Syrie socialiste à la pointe du combat progressiste du monde arabe.

Pendant trois heures, quelques instants seulement avant qu'il parte pour Le Caire, j'évoquais avec Ibrahim Makhos, 35 ans, les années de lutte pour l'indépendance algérienne (Makhos était alors docteur à Sakkiet à la frontière algéro-tunisienne). A lui qui revenait de voir Boumedienne, je redisais mon amitié pour Ben Bella et mes regrets de l'avoir vu gaspiller si vite les chances d'un socialisme qui avait moins besoin de théoriciens que d'hommes efficaces et réalistes. Très franchement, je lui rappelais notre méfiance devant toute prise de pouvoir par les forces armées, que ce soit en Algérie ou en Syrie.. Makhos ne me dément point, il me donna ses raisons concernant la prise de pouvoir du 23 février et il convint que le gouvernement syrien avait besoin d'assurer son autorité par des initiatives politique qui rehaussent son prestige et le sortent de l'isolement.

Cette recherche du temps de pause par le gouvernement syrien, je l'ai retrouvée également dans le très long et passionnant entretien de six heures que j'eus (le jour même où était signé au Caire le communiqué commun) avec l'ex-général Djdid, 37 ans, actuellement secrétaire général adjoint du parti Baas syrien, « l'homme fort de la Syrie », disent les observateurs politiques qui cherchent vainement à le rencontrer. Et il est certain que Djdid est un homme écouté. De l'armée tout d'abord avec l'appui de qui fut renversé le gouvernement d'Haffez. Du parti ensuite qu'il considère comme l'élément déterminant pour le maintien au pouvoir du socialisme syrien, et qu'il « reprend en main », selon sa propre expression.

C'est un homme fort intelligent, calme, précis, dont l'autorité et la fermeté apparaissent nettement derrière un aspect timide.

Pour lui, le coup d'Etat du 23 février était nécessaire pour sauver le Baas. Ecoutons-le :

« D'un côté, il y avait les militants qui voulaient continuer l'organisation d'un régime socialiste. De l'autre, il y avait avec Haffez, de plus en plus enclin au pouvoir personnel, des dirigeants du Baas désireux de donner moins d'autorité au parti, de remettre en cause la politique socialiste et de collaborer avec des hommes de la bourgeoisie et du monde des affaires. Le conflit entre la direction nationale arabe du Baas et le commandement régional de Syrie était devenu inévitable. La gauche s'est opposée à la déviation droitière qui refusait la libre discussion démocratique au sein du parti. Il n'y a pas eu affrontement de civils, l'armée n'est intervenue que contre les gardes de Haffez. Contrairement à ce qui a été dit, il n'y a eu que quarante-trois morts et non pas plusieurs centaines. Dix jours après le 23 février, un congrès régional redonnait démocratiquement le pouvoir au parti. Les événements ne sont pas isolés de ce qui se passe dans les pays du tiers monde, là où les forces impérialistes éloignent les militants de leurs objectifs, avec la complicité d'hommes tentés par le personnalisme politique. Nous voulons renforcer le parti, parfaire et compléter les organisations

par Harris PUISAIS

populaires qui regroupent les éléments progressistes des masses laborieuses. Par conséquent, il n'y a pas place en Syrie pour un Front national qui regrouperait les anciens partis (communiste ou horaniste), et les associerait au pouvoir. Si ces forces veulent construire le socialisme, elles ont leur place dans le Front des organisations populaires qui soutient la politique décidée par les congrès du Baas et appliquée par l'actuel gouvernement. »

Voici, résumé, l'essentiel des déclarations de l'ex-général Djdid. Dirais-je que pour ma part je pense que le 23 février a été davantage le fait de l'opposition entre les militaires et certains civils du Baas que l'antagonisme entre une gauche et une droite nettement définies. Et que je considère comme devant se poser au Baas, inévitablement et à court terme, le problème d'une demande de réintégration dans la vie politique syrienne de certains anciens partis (communiste, socialiste horaniste) ou du « courant nassériste ». A ce moment-là, l'unité du Baas aura plus que jamais besoin d'être effective pour être déterminante quant au contenu socialiste de la politique syrienne.

Et les initiatives diplomatiques syriennes actuelles ne font que me confirmer dans cette analyse.

Qu'il s'agisse de l'octroi par l'U.R.S.S. d'un prêt extrêmement important pour assurer la construction du barrage de l'Euphrate (on retrouve là, à une moindre échelle mais inspirée par les mêmes principes, la stratégie d'implantation soviétique déjà expérimentée en Egypte avec le barrage d'Assouan) ou de l'intervention certaine de Kossyguine auprès de Nasser — même si celui-ci la dément — pour que l'Egypte fasse un premier pas vers la reconnaissance de la Syrie, qu'elle ne considère plus celle-ci comme une « province rebelle ».

Ce premier succès diplomatique syrien est incontestable. Il sera concrétisé d'ici à quelques semaines par la venue à Damas de représentants égyptiens et par l'ouverture d'un bureau commercial égyptien. Déjà des accords de commerce et de paiement ont été signés.

Il est important de noter que c'est au même moment que Syriens et Egyptiens reçoivent de l'U.R.S.S. une aide matérielle importante (150 millions de roubles pour l'Egypte). Les uns et les autres devront en tenir compte dans l'évolution réciproque de leurs politiques intérieure ou extérieure.

Cette reprise des relations entre la Syrie et l'Egypte ne se fera certes que graduellement et les rancunes d'hier, les réserves d'aujourd'hui mettront encore du temps à s'estomper.

Ce qui est certain, c'est que les deux pays sont liés par une cause commune : celle d'éviter le retour en force de la réaction arabe. Pour lutter contre la proposition séoudienne du sommet arabe, et du « pacte islamique », il faut nécessairement recréer le regroupement des forces progressistes arabes.

L'Egypte, par sa reconnaissance *de facto* du gouvernement syrien, a marqué sa volonté de donner la priorité à ce regroupement.

La Syrie n'a point eu besoin pour cela de faire des concessions politiques ou militaires à l'Egypte (comme l'a sous-entendu un moment le gouvernement de l'Irak) ; le contexte politique au Moyen Orient étant une des conditions suffisantes à la réalisation de ce rapprochement.

Ainsi, soutenu par l'UR.S.S. et dialoguant avec l'Algérie et avec l'Egypte, le gouvernement syrien vient-il de marquer des points — et sans doute d'assurer son existence pour un temps bien plus long que ses détracteurs ne lui reconnnaissaient il y a quelques semaines.

Nous souhaitons que, politiquement et économiquement, il puisse sans sectarisme poursuivre son expérience socialiste. Nous espérons que le parti Baas, si proche de notre parti, saura faire preuve de dynamisme, d'efficacité et de justice dans l'animation de cette politique.

Le texte du communiqué

« La R.A.U. et la Syrie considèrent le projet de Pacte Islamique comme une nouvelle tentative manquée de l'impérialisme et de la réaction pour arrêter les progrès de la révolution arabe », déclare notamment le communiqué publié simultanément ce soir au Caire et à Damas à l'issue de la visite en R.A.U. d'une délégation syrienne conduite par le Dr Ibrahim Makhos, vice-président du Conseil et ministre des Affaires étrangères.

« Le rassemblement des forces progressistes dans le monde arabe devient une nécessité non seulement pour contrecarrer les plans réactionnaires dans cette région (dont le Pacte Islamique), mais encore en vue de la réalisation des objectifs que s'est fixée la nation arabe », poursuit le communiqué.

Après avoir réitéré « leur appui à la lutte du peuple arabe au Yémen, Aden, Oman et Bahrein jusqu'à la liquidation du monopole impérialiste dans cette région », les signataires « condamnent la fourniture d'armes à Israël » et affirment « que la libération de la Palestine sera une « bataille décisive ».

Enfin, la Syrie exprime « sa profonde considération » pour les efforts et les sacrifices accomplis par la R.A.U. « afin de sauvegarder les conquêtes de la révolution yéménite ».